

Producción, consumo y comercialización de hortalizas el mundo

La **producción de hortalizas en el mundo**, desde 1980 a 2005, creció de 324 millones a 881 millones de toneladas, lo que representa una tasa promedio anual de 4,1 %. Este importante crecimiento se debió principalmente al aumento de la producción de China, que creció a un ritmo del 8,6 % anual; la producción de este país representa casi el 50 % de la producción mundial de hortalizas

Otros países, como los de la Unión Europea (UE) tuvieron muy escasa tasa de crecimiento, por ejemplo Francia con 0,6 % anual, mientras que África, América Central y el Caribe y Rusia tuvieron un crecimiento moderado del 3 % por año.

Las **especies de mayor crecimiento** (% anual) en el período 2000-2005 fueron: espárrago (7,8 %), espinaca (6,5 %), ajo (5,5 %), hongos comestible (5,2) y lechuga (4,1 %). Las de crecimiento negativo fueron: batata (-1,4 %) y papa (-0,4 %). Estos valores son de crecimiento mundial, y presentan variaciones importantes en distintas partes del mundo, así por ejemplo en África la producción de espárrago disminuyó un 18 % anual y la batata aumentó el 7,4 %, en el mismo período. Indudablemente, la mayoría de los países del mundo consumen menos hortalizas de alto valor energético.

En lo que respecta al **consumo**, China es el mercado más grande del mundo, con 378 millones de toneladas consumidas por año, seguido por India con 78 millones, Estados Unidos con 39,6 millones, Turquía con 23,4 millones, Rusia con 15,2 millones, Japón con 14,8 millones, Egipto con 13,7 millones, Irán 13,1 millones y Corea 11,4 millones de toneladas.

Argentina consume alrededor de 5,5 millones de toneladas, con una reducción de la superficie en los últimos años (19 % entre el período intercensal 1988 a 2002), compensado por el aumento de rendimiento unitario.

En cuanto a **los patrones de consumo de alimentos y tendencias**, es claro que la primera fuerza en el mercado global de alimentos es el consumidor; el aumento de sus ingresos, los cambios del estilo de vida traído por la urbanización y los cambios en las estructuras familiares, entre otras cosas, han producido cambios en la dieta a lo largo del mundo. Por otro lado, la demanda de productos alimenticios de mayor valor unitario y/o procesado también se expandió, debido al incremento del poder de compra y al aumento del costo de oportunidad del tiempo requerido para la preparación de las comidas. Algunos autores consideran que la tendencia es consumir **alimentos saludables** (ej: con certificación de Buenas Prácticas, nutritivos); **convenientes** (ej: preparados, en porciones) y **innovativos** (ej: exóticos).

Los patrones de compra varían de acuerdo a los países teniendo en cuenta los niveles de ingresos, así consumidores de países en desarrollo cuyas dietas eran tradicionalmente altas en cereales ricos en carbohidratos, incrementaron el consumo de carnes de mayor valor, frutas y hortalizas. Los consumidores de países más ricos han ido modificando sus dietas hacia alimentos de mayor precio, aunque ello no significa mayor cantidad o calidad de nutrientes, sino a un mayor procesado de estos productos.

El **intercambio de frutas y hortalizas** se produce entre 3 grandes regiones geográficas: UE, NAFTA (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) y Asia del Este (China y Japón). Tradicionalmente estas áreas eran abastecidas por países cercanos (intercambio intraregional), con similares patrones de demanda e ingreso "per capita". Sin embargo, estas tendencias han ido cambiando en los últimos años, con mayores importaciones de hortalizas provenientes de países en desarrollo del sur. Ello ha sido favorecido por la mejora en los transportes y por acuerdos de comercio internacional.

Las **importaciones mundiales** de hortalizas en 2004 fueron de aproximadamente 29.500 millones de dólares, esto es el 3,6 % del valor de la producción mundial a un precio aproximado de 0,67 dólares/kg.

El aumento de las importaciones a nivel mundial (2000-2004) fue del 6,2 % anual y el mayor importador fue la UE (57 % del total), seguido por el NAFTA y en tercer lugar Asia del Este. La UE importa el 80 % de sus hortalizas de países de la UE, de igual manera, el 90 % de sus exportaciones están destinadas a países de la misma UE.

Los mayores **países importadores** para el 2004 (en valor con respecto al total mundial) fueron: Estados Unidos (14,7 %), Alemania (13,7 %), Gran Bretaña (10,5%), Francia (7,3 %), Japón (5,7 %), Holanda (4,8%), Canadá (4,6%), Bélgica (3,9%), Italia (3,9 %) y España (3,5 %).

Otros países como China e India, si bien tienen un porcentaje bajo de las importaciones mundiales, la tasa de crecimiento anual (2000 a 2004) de las mismas fue del 50 % y 39 % respectivamente, mientras que países como Japón tuvieron una tasa decreciente del 1,2 %.

Argentina importa muy pocas hortalizas, del orden de 5 a 10 millones de dólares, principalmente zapallo y tomate y en un 70 % de Brasil.

En cuanto a los **países exportadores**, España es el mayor exportador de hortalizas del mundo, con un valor del 15,2 % de las mismas; segundo es Holanda con 13,6 %, seguido por México (9,6 %), China (6,9 %) y Estados Unidos (5,8 %).

Argentina representa casi el 1 % de las exportaciones del mundo, con 284 millones de dólares (2004), aunque en el 2007 (hasta noviembre) las exportaciones fueron de 328 millones de dólares (6 % más en volumen y 40 % más de divisas). Los volúmenes exportados representan más de 60 mil toneladas, es decir más de un 10 % de la producción nacional y las hortalizas más exportadas fueron las legumbres (porotos y arvejas) con 172 millones, ajo (99 millones) y cebolla (50 millones). Los principales mercados son Brasil, España y los Estados Unidos.

La **hortaliza más comercializada en el mundo** (2004) fue tomate (14,9 % del comercio mundial), luego pimiento (9,6 %), legumbres secas (9,3%), cebollas, ajo y puerro (7,9 %), papa (7,6 %) y vegetales congelados (6,2 %).

Caracterización de **países importantes** en cuanto al consumo:

La Unión Europea: el mercado europeo de hortalizas, para los 15 países que lo integraban originalmente, está comenzando a alcanzar niveles de saturación. El gasto en hortalizas como proporción del ingreso individual o de la familia fue declinando, ello se debe a que las hortalizas son inelásticas al ingreso, lo que significa que el valor del volumen comprado no necesariamente se incrementa en la misma tasa que los niveles de ingresos. Una excepción son los productos orgánicos, que experimentaron altísimas tasas de crecimiento en los últimos años. Así los Estados Unidos creció un 25% en el período 2000-2003 y en Europa, las tasas de crecimiento fueron del 20 a 30% por año.

Las principales tendencias del mercado europeo son: Envejecimiento de la población, lo que lleva a un mayor consumo fuera del hogar (restaurantes, etc.).

- Incremento de la demanda de variedades y especies (especialmente exóticas), productos fuera de estación e ingredientes para grupos étnicos minoritarios.

- Familias más pequeñas e incremento de la demanda de porciones más pequeñas, y productos que requieran poco tiempo de preparación (pre-procesados, pre-cocidos, etc.).
- Incremento en la demanda de productos orgánicos.
- Productos más saludables (de menor valor energético, que previenen enfermedades y retrasan el envejecimiento)

Este mercado se puede dividir en 2 categorías basadas en factores socioeconómicos: países del norte y oeste y países del sur.

- Los consumidores de los países del norte y oeste están más limitados en el tiempo y prefieren comidas rápidas, productos cortados, cubeteados, empacados y listos para consumir.
- Los países del sur (en su mayor parte a lo largo del Mediterráneo), consideran las hortalizas frescas como parte esencial de sus dietas, y no están dispuestos a cambiar hábitos de consumo o cantidad cuando cambian factores como precio o niveles de ingreso. Generalmente invierten más tiempo en comprar y preparar los vegetales.

Estados Unidos: está cambiando los patrones de consumo, ello se debe a:

- El incremento en los ingresos, relacionados a una mayor jornada laboral, menos tiempo libre, mayor costo de oportunidad del tiempo, lo que se traduce en productos que ahorren tiempo en la preparación.
- Conocimientos en salud y mejoras en la dieta, dado por los mayores niveles de educación pero también por la promoción del gobierno e instituciones en cuanto a hábitos de alimentación saludables.
- Envejecimiento de la población blanca y diversidad de razas y personas que comen fuera del hogar con más frecuencia.
- Hay más personas viviendo solas, menos familias convencionales y más familias donde trabajan ambos padres.

Actualmente la hortaliza más consumida en los Estados Unidos es la papa (8 millones de toneladas en 2004), seguida por lechuga (2,5 millones de toneladas), cebolla (2,1 millones de toneladas), tomate (1,8 millones de toneladas) y melón (1,5 millones de toneladas).

China: el mayor mercado mundial; fue tradicionalmente un gran consumidor de hortalizas, las nuevas variedades y los productos procesados están tomando mayor importancia. La economía China está creciendo de un 7 % a 8 % anual y hubo grandes mejoras en los niveles de vida, resultando en cambios de hábitos de consumo.

Mientras que la tasa de crecimiento de la población se hace más lenta (menor a 1% anual) y el ingreso "per capita" aumenta (más de un 6% de crecimiento en zonas urbanas), el gasto en alimentos está aumentando aunque a menores tasas que el incremento de ingresos.

La composición de la demanda alimenticia está también cambiando, con mayor tendencia al consumo de carnes, aves, pescados, frutas y hortalizas frescas y otros productos de más alto valor, más que el tradicional arroz, trigo y vegetales tradicionales.

Los procesadores y minoristas de alimentos se están desarrollando rápidamente, los chinos visitan cada vez más los restaurantes, viajan más, tienen más preocupación por la protección del medio ambiente, la seguridad de los alimentos y la salud.

China se autoabastece en su mayor parte por un sector de baja tecnología y alta utilización de mano de obra. Actualmente existen unos 306 millones de trabajadores que cultivan unos 300 millones de hectáreas (1 operario por hectárea). En este país la mayor parte son productores de subsistencia que cultivan arroz, trigo, maíz en pequeñas parcelas con algo de hortalizas, ganado o animales de granja. Sin embargo esto está cambiando para satisfacer las demandas del mercado.

Japón: este país, si bien posee muchas características similares en cuanto a consumo con respecto a otros países desarrollados de occidente, posee también muchas particularidades. En promedio, consumen menos calorías que otros países del primer mundo, sin embargo gastan más en alimentos, en proporción a su presupuesto y en cantidades absolutas.

La producción de frutas y hortalizas en Japón es muy importante dentro de la producción agrícola ocupando un 32 % de la misma. Las explotaciones agropecuarias son pequeñas con un promedio de 2,18 hectáreas, que emplean 2,4 millones de individuos, en su mayoría mayores a 60 años. El gobierno lleva a cabo muchas iniciativas apuntadas al soporte de los productores y la promoción de producción de hortalizas designando zonas de producción, promocionando y financiando la instalación de invernaderos, abasteciendo de semillas y plantines, facilitando tecnología, etc. El sector se encuentra muy protegido lo que hace muy difícil el ingreso de productos de otros países, favoreciendo a los productores locales.

Finalmente, en base a lo explicado en este artículo **podemos concluir** que:

- La producción y el consumo de hortalizas está en pleno crecimiento en el mundo, muy influenciada por la alta tasa de crecimiento de China, que a su vez representa casi el 50 % de la producción mundial.
- Los consumidores están modificando sus hábitos de consumo, influenciados por una mayor conciencia sobre la salud, más tiempo de ocupación (necesidad de contar con alimentos preparados) y cambios en la estructura familiar (requerimientos de porciones más pequeñas y comidas fuera de hogar).
- También es destacable la demanda de mayores variedades de productos y alta tasa de crecimiento de productos orgánicos en países del primer mundo como los de Europa y Estados Unidos.
- Argentina también se perfila como país exportador, con un incremento importante en los últimos años.

Dado el contexto internacional y nacional, las hortalizas son productos de interés para generar riquezas; debemos aprovechar la tendencia de consumir alimentos sanos, convenientes y diferentes, así como el aumento de la demanda de los países en pleno crecimiento.

Agradecimiento:

Se agradece a los Ingenieros Alejandro Longo e Inés Teresa Firpo por la revisión de esta material.

Bibliografía Consultada

- <http://www.sadctrade.org/sadcreources>. Trade and Industrial Policy Strategies (TIPS) and Australian Agency for International Development (AUSAID). Trade Information Brief. Vegetables, 2006. p. 61
- Manual del Exportador de Frutas, Hortalizas y Tubérculos de Colombia. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Corporación Colombia. Bogotá. Setiembre 2002
- http://www.adnmundo.com/contenidos/comercio/exportaciones_hortalizas_legumbres_argentina_2007_senasa_ce_080208.html. Adnmundo.com. 8 de Febrero de 2008
- http://www.adnmundo.com/contenidos/comercio/exportaciones_hortalizas_legumbres_argentina_brasil_ajo_cebolla_poroto_ce_100108.htmlAdnmundo.com.%2010 de Enero de 2008

http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=3717.

Fresh Plaza: Noticias del sector de frutas y hortalizas. 2007